

## Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri



Folketingets Erhvervsudvalg

København, den 5. december 2007

Sagsnr.: 5902

Folketingets Erhvervsudvalg har i skrivelse af 28. november 2006 (Ad FLF alm. del) udbedt sig min besvarelse af følgende spørgsmål nr. 1

### Spørgsmål 1:

”Ministeren bedes kommentere henvendelsen af 19. november 2007 fra Margarine Foreningen vedrørende Lurmærkets anvendelse til ikke-mejeriprodukter, jf. alm. del – bilag 7.”

### Svar

Jeg henviser til Fødevareministerens svar til Udvalget for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri, spørgsmål 18, vedrørende Margarineforeningens henvendelse af 19. november 2007 om Lurmærkets anvendelse til ikke-mejeriprodukter. Fødevareministeren har svaret som følger:

”Jeg har forelagt spørgsmålet for Fødevarestyrelsen, som har oplyst mig følgende:

”Landbrugsministeriet registrerede Lurmærket som sit officielle kvalitetsstempel for smør i 1901, og Lurmærket har i beskeden grad været brugt på andre produkter på udenlandske markeder. Lurmærket blev endeligt overdraget til Mejeriforeningen i 1997 og er nu et privat mærke, ejet af Mejeriforeningen.

Arla Foods benytter Lurmærket på smør og på et blandingsprodukt ”Lurpak Smørbar”, hvor der er tilsat 20 % vegetabilsk olie. Produktet svarer typemæssigt til blandingsproduktet ”Kærgården”, der ligeledes markedsføres af Arla Foods. Kærgården indeholder imidlertid mindre mælkefedt.

Margarineforeningen anmeldte i 2006 markedsføringen af blandingsproduktet ”Lurpak Smørbar”, idet foreningen bl.a. fandt, at markedsføringen var vildledende.

Kontrolafdeling Århus fandt, at der var tale om vildledende markedsføring, idet varen præsenteres på en måde, så forbrugeren opfatter varen som smør.

Afgørelsen blev påklaget af Arla Foods og Mejeriforeningen. Margarineforeningen ønskede partsstatus i klagesagen, hvilket efter anke blev endeligt afslået af Familie- og Forbrugerministeriets departement.

Fødevarestyrelsen omgjorde i oktober 2007 regionens afgørelse, idet styrelsen ikke finder, at der er tale om vildledende markedsføring. Fødevarestyrelsen er enig i, at forbrugerne forbinder Lurmærket med smør, men finder, at der er taget højde for dette ved markedsføringen af blandingsproduktet ”Lurpak Smørbar”.

Det kan nævnes, at der har været en lignende sag i Tyskland (Oberlandesgericht Düsseldorf), hvor Lurmærket ligeledes blev benyttet på et blandingsprodukt. Her blev Arla Food heller ikke dømt for vildledende markedsføring.

Margarineforeningen fremfører i sin henvendelse, at Forbrugerrådet har anmeldt Arla Foods for overtrædelse af Fødevarelovgivningen. Fødevarestyrelsen kan hertil oplyse, at Forbrugerrådet umiddelbart før der skulle træffes en afgørelse, henvendte sig telefonisk for at støtte, at der er tale om vildledende markedsføring. Fødevarestyrelsen afventede herefter Forbrugerrådets skriftlige kommentarer. Styrelsen kan oplyse, at der i afgørelsen er taget højde for bemærkningerne i Forbrugerrådets mail.

Margarineforeningen finder, at Lurmærket ikke bør kunne benyttes på blandingsprodukter. Lurmærket er ved lov nr. 323 af 14. maj 1997 og den dertil knyttede aftale mellem Mejeriforeningen, Landbrugsrådet og Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri overdraget til Mejeriforeningen. Der foreligger ikke materiale, der indikerer, at loven eller aftalen om endelig overdragelse af Lurmærket ikke er overholdt. Folketingets bemærkninger ved behandlingen af lovforslaget findes ikke at være af en sådan karakter, at det hindrer brugen af Lurmærket til blandingsprodukter i 2007. Bemærkningen i lovforslaget om erhvervsøkonomiske konsekvenser retter sig normalt mod, om forslaget pålægger erhvervet administrative byrder eller lignende. Mejeriforeningen oplyste endvidere klart under udarbejdelsen af aftalen om overdragelse af mærket, at det var hensigten at benytte Lurpakmærket på blandingsprodukter, forudsat dette kunne støtte det vigende smørsalg samt sikre hyldeplads for Lurmærket smør.

Margarineforeningen oplyser i sin henvendelse, at markedsføringen af Lurpak Smørbar er i strid med forordningen om beskyttelse af benævnelserne. Fødevarestyrelsen finder ikke markedsføringen i strid med forordningen, idet styrelsen ikke mener, at markedsføringen angiver, at der er tale om et mejeriprodukt, samt at benyttelsen af adjektivformen ”smørbar” på et produkt, selv med indhold af mælkefedt ikke ændrer på ordets grammatiske form.

Med hensyn til forslaget om, at Mejeriforeningen nu skal betale staten for værdien af Lurmærket, stillede Margarineforeningen samme forslag under Folketingets behandling af loven, der ligger til grund for overdragelsen af Lurmærket, uden at forslaget blev imødekommet. Det forhold, at Lurmærket benyttes på et blandingsprodukt, findes ikke at være tilstrækkeligt grundlag til knap 11 år efter at stille et sådant krav.”

Margarineforeningen anmoder i sin henvendelse om hjælp til, at der træffes foranstaltninger til at omgøre Fødevarestyrelsens afgørelse af 5. oktober 2007. Hertil bemærker jeg, at Fødevarestyrelsens afgørelse om vildledningsspørgsmålet er endelig afgørelse, og mulighederne for administrativ prøvelse af spørgsmålet er således udtømte. Spørgsmålet om hvorvidt markedsføringen af Lurpak smørbar er vildledende, må henvises til domstolene.

Jeg har derfor ikke fundet grundlag for at gå ind i den konkrete sag.”

Eva Kjer Hansen

/Kristine Lilholt Nilsson